

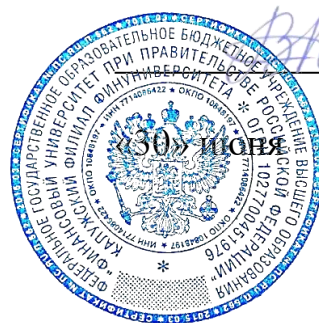
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финуниверситет)**

**Калужский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Бизнес – информатика и высшая математика»**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Директор Калужского филиала  
Финуниверситета



**В.А. Матчинов**

**30 июня 2022 г.**

**Пономарев С.В.**

**ЦИФРОВОЙ БИЗНЕС**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

**38.03.01 «Экономика»**

Образовательная программа «Экономика и финансы»

Очная и очно-заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета  
(протокол №56 от 30.06. 2022 г.)*


Одобрено кафедрой «Бизнес – информатика и высшая математика»  
Калужского филиала Финуниверситета  
(протокол № 12 от 28 июня 2022 г.)


**КАЛУГА 2022**


Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Цифровой бизнес» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», образовательная программа «Экономика и финансы» по очной и очно-заочной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора  
по учебно-методической работе  /Орловцева О.М./  
«28» июня 2022 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./  
«28» июня 2022 г.

Заведующий кафедрой  
«Бизнес-информатика и высшая математика»  /Дробышева И.В./  
«28» июня 2022 г.

## Содержание

1. Наименование дисциплины
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий
  - 5.1 Содержание дисциплины
  - 5.2 Учебно-тематический план
  - 5.3 Содержание семинаров, практических занятий
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы
  - 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
9. Перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем
  - 11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения
  - 11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
  - 11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины

Б.1.2.2.2..3.2. Цифровой бизнес

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции <sup>1</sup>	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-3	Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты	1.Проводить сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач.	<i>Знание:</i> математические и статистические методы сбора и анализа данных, применяемые при решении финансово-экономических задач; <i>Умение:</i> проводить сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач;
		2.Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям.	<i>Знание:</i> принципы построения математических моделей финансово-экономических задач; виды и типы моделей, их возможности и недостатки; <i>Умение:</i> формулировать математические постановки финансово-экономических задач; переходить от экономических постановок задач к математическим моделям;
		3.Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области.	<i>Знание:</i> математические методы и информационные технологии для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области; <i>Умение:</i> системно подходить к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области;
		4.Анализирует результаты	<i>Знание:</i>

<sup>1</sup> Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

		исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений.	возможные интерпретации полученных математических результатов; <i>Умение:</i> анализировать результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач; делать на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений.
ПКН - 6	Способность предлагать решения профессиональных задач в меняющихся финансово-экономических условиях	1.Понимает содержание и логику проведения анализа деятельности экономического субъекта, приемы обоснования оперативных, тактических и стратегических управленческих решений	Знание: подходы к выявлению и систематизации требованиям к продуктам ИТ-предпринимательства.  Умение: формулировать и систематизировать ключевые требования к продуктам ИТ-предпринимательства.
		2.Предлагает варианты решения профессиональных задач в условиях неопределенности	Знание: особенности разработки и продвижения стартапов в ИТ.  Умение: формулировать обоснованные предложения по вопросам разработки и продвижения стартапов в ИТ и других результатов деятельности в сфере ИТ-предпринимательства.
ПКП-3	Способность готовить мотивированные обоснования принятия управленческих решений по кругу операций, выполняемых финансово-кредитными институтами, финансовыми органами, публично-правовыми образованиями	1.Демонстрирует способность формировать нормативно-правовую и экономически обоснованную базу (основу) принятия мотивированных управленческих решений по текущей деятельности организации	Знание: современные методологии и методы построения бизнес-модели организации.  Умение: применять современные методологии построения бизнес-моделей для представления вариантов изменения деятельности компании в условиях трансформации бизнеса
		2.Предлагает варианты эффективной организации текущей деятельности финансово-кредитных институтов, финансовых органов, публично-правовых образований на основе мотивированных управленческих, финансовых и инвестиционных решений	Знание: подходы и принципы выбора направлений изменений ИТ-ландшафта организации с учетом целей трансформации бизнеса.  Умение: разрабатывать обоснованные предложения по изменению ИТ-ландшафта компании для поддержки трансформации бизнеса

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**  
*Дисциплина «Цифровой бизнес» является дисциплиной модуля «Цифровое предпринимательство»*

#### 4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Для очной/очной-заочной форм обучения

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в часах и зач.ед.)	Семестр 6/7 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>108/108</b>	<b>108/108</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>34/24</b>	<b>34/24</b>
<i>Лекции</i>	16/8	16/8
<i>Семинары, практические занятия</i>	18/16	18/16
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>74/84</b>	<b>74/84</b>
Вид текущего контроля	к/р	к/р
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

##### 5.1 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Цифровое предпринимательство: сущность и основные понятия.

Цифровое предприятие: сущность, отличия от традиционного предприятия, преимущества и недостатки. Роль технологических инноваций в деятельности цифрового предприятия: виртуализация, информатизация, автоматизация. Организационные инновации: переход к сетевой модели функционирования. Цифровые, традиционные и переходные предприятия. Перспективные направления цифрового предпринимательства.

##### Тема 2. Интернет-торговля.

Интернет-торговля: сущность, преимущества и недостатки. Классификация торговых предприятий по степени сочетания традиционных и электронных инструментов ведения торговой деятельности. Основные направления эволюции интернет торговли. Омниканальная (интегрированная) модель. Феномен паразитирования. Смена маркетингового предложения при выходе торговой (сервисной) компании в Интернет.

##### Тема 3. Интернет-маркетинг.

Маркетинговые, технологические и сервисные факторы продвижения интернет-магазина. Способы создания интернет-представительства. Способы организации

доставки товара потребителю. Роль сотрудничества с внешними контрагентами для успеха интернет-магазина.

#### Тема 4. Интернет-платформы.

Интернет-платформы: сущность и особенности организации деятельности. Бизнес-модели интернет-платформ. Риски интернет-платформ для традиционного бизнеса.

### 5.2 Учебно-тематический план

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа- Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Цифровое предпринимательство: сущность и основные понятия	28/27	9/6	4/2	5/4	19/21	Самостоятельные работы. Участие в решении задач на практических занятиях. Собеседования по домашним заданиям. Тестирование. Контрольная работа.
2.	Интернет-торговля.	28/27	9/6	4/2	5/4	19/21	
3.	Интернет-маркетинг.	27/27	8/6	4/2	4/4	19/21	
4.	Интернет-платформы	25/27	8/6	4/2	4/4	17/21	
	В целом по дисциплине						Согласно учебному плану:
	Итого	108/108	34/24	16/8	18/16	74/84	к/р

### 5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование темы (раздела) дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения занятия
Тема 1. Цифровое предпринимательство: сущность и основные понятия	Модели бизнеса <i>Рекомендуемые источники: 1,2,3,4,5</i>	Дискуссия, Обсуждение
Тема 2. Интернет-торговля.	Развитие ИТ как основа форм бизнеса <i>Рекомендуемые источники: 1,2,3,4,5</i>	Решение ситуационных задач, обсуждение
Тема 3. Интернет-маркетинг.	Основные формы бизнеса: обсуждение реальных примеров <i>Рекомендуемые источники: 1,2,3,4,5</i>	Решение ситуационных задач, обсуждение
Тема 4. Интернет-платформы	Элементы шаблона модели бизнеса. <i>Рекомендуемые источники: 1,2,3,4,5</i>	Решение ситуационных задач, обсуждение

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Цифровое предпринимательство: сущность и основные понятия	анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику)  Выполнение домашних заданий к каждому занятию.	Тема 1
Тема 2. Интернет-торговля.		Тема 2
Тема 3. Интернет-маркетинг.		Тема 3
Тема 4. Интернет-платформы		Тема 4

### 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)



### ***Тематика контрольной работы***

**Задание 1.** Разработать структуру интернет-портала по продажам продуктов (услуг) уже успешных бизнесов

**Задание 2.** Анализ готовых моделей бизнеса структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек

**Задание 3.** Динамика развития инновационных бизнесов на примерах моделей бизнеса: IKEA, Linux, Google, Яндекс, Facebook, LinkedIn, Coursera, VISA

«Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры»).

### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

### **Примерные вопросы для зачета**

1. Цифровые товары и рынки. Особенности цифровых товаров: нематериальность, идемпотентность сложения, институт защиты авторских прав.
2. Программное обеспечение как товар: невозможность использования без комплементарного материального товара – аппаратных средств, способность выступать в качестве интеллектуального средства труда.
3. Стадии применения информационных технологий: инжиниринг информационных систем, инжиниринг бизнес-процессов, инжиниринг моделей бизнеса.
4. Эволюция определения понятия модели бизнеса от цепочки ценности М. Портера (1985 г.) до модели бизнеса А. Остервальдера (2009 г.).
5. Изменение внешней среды: новые клиенты, новые технологии, новые конкуренты.
6. Трансформация традиционных моделей бизнеса: банков, университетов, производственных, торговых, финансовых, страховых компаний.
7. Развитие информационных технологий как причина изменения клиентов и конкурентов. Появление новых моделей бизнеса.
8. Основные формы бизнеса: создание инновационных продуктов, управление взаимоотношениями с клиентами, управление инфраструктурой.
9. Экономические, культурные и конкурентные различия форм бизнеса. Основные идеи моделей бизнеса.
10. Разделение форм бизнеса. Длинный хвост. Многосторонние платформы.
11. Бесплатные ценностные предложения. «Приманка и крючок». Открытые инновации.
12. Структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек
13. Примеры моделей бизнеса: IKEA, Linux, Google, Яндекс, Facebook, LinkedIn, Coursera, VISA.
14. Трансформация моделей бизнеса в банках и страховых компаниях. Трансформация моделей деятельности университетов.
15. Соответствие модели бизнеса и 4Р-стратегии. Методология Run-Grow-Transform («Эксплуатация, развитие, трансформация»). Примеры.
16. Демократизация средств производства на цифровых рынках.
17. Особенности структуры издержек на цифровых рынках. Исчезновение переменных издержек.
18. Трансформация ключевых видов деятельности на цифровых рынках: от тиражирования к разработке.
19. Новый потребительский сегмент: пользователи интернета.
20. Новые ценностные предложения на цифровых рынках: от рынка бестселлеров к рынкам нишевых товаров.
21. Роль самообслуживания во взаимоотношениях с клиентами. Свойства онлайн-платформ как каналов сбыта, систем взаимоотношениями с клиентами, средств производства, ключевых ресурсов.

22. Способы доставки цифровых товаров: в комплекте с дополняющим материальным товаром, лицензия, коробочная лицензия, оферта, пиратские копии, рассылка обновлений, бесплатное предложение, бесплатное предложение с возможностью модификации, цифровые услуги, самообслуживание.
23. Монетизация цифровых товаров: разовая продажа, абонентская плата, плата за разработку/сопровождение, плата за услуги (рассылка, обработка, передача данных), плата за рекламные показы, Freemium (основной сервис бесплатен, дополнительные возможности платны), пожертвования.
24. Сетевые эффекты: прямой – число пользователей товара, косвенный – наличие дополняющих товаров, послепродажный сервис.
25. Модель взаимодействия производителей дополняющих товаров
26. Модель взаимодействия производителей аппаратных средств и программного обеспечения
27. Стратегии Нэша, Курно и Штакельберга. Особенности ценового лидерства на цифровых рынках. Сравнение результатов моделирования с реальными данными.
28. Модель динамики дуополии производителей коммерческого и некоммерческого ПО
29. Моделирование выбора стратегии. Гибридная модель бизнеса (возможность открытого или закрытого распространения ядра, расширений или всего продукта).
30. Выбор оптимальной стратегии по открытому распространению части продукта на монопольном и олигопольном рынке Матрицы в менеджменте как обобщение результатов моделирования.
31. Моделирование поколений и версий цифровых товаров
32. Выбор оптимальной формы монетизации цифровых услуг: платная подписка, бесплатные предложения, демонстрация рекламы
33. Облака как эластичная аренда. Вероятностная модель облака. Условие выгоды использования облачных технологий

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
<p>ПKN-3</p> <p>Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты</p>	<p>1.Проводить сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач.</p>	<p><i>Знание:</i></p> <p>математические и статистические методы сбора и анализа данных, применяемые при решении финансово-экономических задач;</p> <p><i>Умение:</i></p> <p>проводить сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач;</p>	<p><b>1. Выявляет ключевые требования к продуктам ИТ-предпринимательства</b></p> <p><b>1. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?</b></p> <p>a. Аукцион одновременного предложения</p> <p>b. Стандартный аукцион</p> <p>c. Голландский аукцион</p> <p>d. Аукцион закрытых предложений</p> <p>e. Двойной аукцион</p> <p><b>2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?</b></p> <p>a. «Hooked? Online&amp;Single» (подсевшие, в сети и не женатые)</p> <p>b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)</p> <p>c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)</p> <p>d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)</p> <p>e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)</p> <p>f. «Clicks&amp;Mortar» (в основном женщины домохозяйки)</p> <p><b>3. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?</b></p> <p>a. «Clicks&amp;Mortar» (в основном женщины домохозяйки)</p> <p>b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)</p> <p>c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные</p>

			<p>«чайники»)</p> <p>d. «Hooked? Online&amp;Single» (подсевшие, в сети и не женатые)</p> <p>e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)</p> <p>f. «Hunter – Gatherers» (охотники – собиратели)</p> <p><b>4. Для чего создаются дискуссионные листы?</b></p> <p>a. Предназначены для определенной целевой аудитории</p> <p>b. Для рассылки индивидуальных писем</p> <p>c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие</p> <p><b>5. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?</b></p> <p>a. Модель Интернет – экономики</p> <p>b. Модель традиционной экономики</p>
	<p>2.Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям.</p>	<p><i>Знание:</i> принципы построения математических моделей финансово-экономических задач; виды и типы моделей, их возможности и недостатки;</p> <p><i>Умение:</i> формулировать математические постановки финансово-экономических задач; переходить от экономических постановок задач к математическим моделям;</p>	<p><b>1. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?</b></p> <p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет – экономики</p> <p><b>2. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?</b></p> <p>a. Модель Интернет – экономики</p> <p>b. Модель традиционной экономики</p> <p><b>3. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?</b></p> <p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет – экономики</p> <p><b>4. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?</b></p>

			<p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет – экономики</p> <p><b>5. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?</b></p> <p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет-экономики</p>
	<p>3. Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области.</p>	<p><i>Знание:</i> математические методы и информационные технологии для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области;</p> <p><i>Умение:</i> системно подходить к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области;</p>	<p><b>1. Перечислите стадии проходимые потенциальным покупателем?</b></p> <p>a. Предпочтение</p> <p>b. Знание</p> <p>c. Убеждение</p> <p>d. Покупка</p> <p><b>2. «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?</b></p> <p>a. Медийная реклама</p> <p>b. Всплывающие (pop-up) окна и spyware</p> <p>c. Контекстная реклама</p> <p>d. Поисковая реклама</p> <p>e. Геоконтекстная реклама</p> <p>f. Спам</p> <p>g. Вирусная реклама</p> <p>h. Индивидуальные письма</p> <p>j. Рассылки подписчикам</p> <p>i. Продакт-плейсмент в онлайн играх</p> <p><b>3. Составляющими электронного бизнеса является?</b></p> <p>a. Электронная коммерция</p> <p>b. Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта</p> <p>c. Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса</p> <p>d. Комплексная автоматизация деятельности предприятия</p> <p><b>4. Какие существуют виды доставки товаров (услуг) купленных в интернет-магазине?</b></p> <p>a. Почта</p>

			<p>b. Электронная почта</p> <p>c. Не один из перечисленных</p> <p>d. Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)</p> <p>e. Собственная служба доставки</p> <p>f. Все перечисленные</p> <p><b>5. B2G - это модель взаимодействия?</b></p> <p>a. Бизнес-государство</p> <p>b. Потребитель-бизнес</p> <p>c. Бизнес-бизнес</p> <p>d. Бизнес-потребитель</p> <p>e. Потребитель-государство</p> <p>f. Потребитель-потребитель</p>
	<p>4.Анализирует результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений.</p>	<p><i>Знание:</i> возможные интерпретации полученных математических результатов;</p> <p><i>Умение:</i> анализировать результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач; делать на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений.</p>	<p><b>1. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим.»?</b></p> <p>a. Черным способом раскрутки</p> <p>b. Серым способом раскрутки</p> <p>c. Белым способом раскрутки</p> <p><b>2. «Вид рекламы чаще всего встречается в мобильных телефонах с учетом местоположения пользователя, а так же реклама на веб-картах», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?</b></p> <p>a. Геоконтекстная реклама</p> <p>b. Рассылки подписчикам</p> <p>c. Спам</p> <p>d. Вирусная реклама</p> <p>e. Индивидуальные письма</p> <p>f. Контекстная реклама</p> <p>g. Продакт-плейсмент в онлайн играх</p> <p>h. Медийная реклама</p> <p>i. Поисковая реклама</p> <p>j. Всплывающие окна</p> <p><b>3. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель</b></p>

			<p><b>покупает товар по цене, которая предшествует максимальной?»</b></p> <p>a. Аукцион одновременного предложения</p> <p>b. Аукцион закрытых предложений</p> <p>c. Голландский аукцион</p> <p>d. Двойной аукцион</p> <p>e. Стандартный аукцион</p> <p><b>4. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Возможность оперативного посещения сети центров виртуальной торговли весьма упрощен, использования электронных средств навигации, исключающих необходимость физического посещения?»</b></p> <p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет-экономики</p> <p><b>5. C2C – это модель взаимодействия?</b></p> <p>a. Потребитель-потребитель</p> <p>b. Бизнес-потребитель</p> <p>c. Потребитель-государство</p> <p>d. Бизнес-государство</p> <p>e. Бизнес-бизнес</p> <p>f. Потребитель-бизнес</p>
<p>ПKN-6</p> <p>Способность предлагать решения профессиональных задач в меняющихся финансово-экономических условиях</p>	<p>1. Понимает содержание и логику проведения анализа деятельности экономического субъекта, приемы обоснования оперативных, тактических и стратегических управленческих решений</p>	<p><b>Знание:</b></p> <p>подходы к выявлению и систематизации требований к продуктам ИТ-предпринимательства.</p> <p><b>Умение:</b></p> <p>формулировать и систематизировать ключевые требования к продуктам ИТ-предпринимательства.</p>	<p><b>1. Какая из категорий покупателей характеризуется как в основном люди около тридцати, женатые, имеющие детей. Они постоянные посетители сайтов, представляющих услуги по сравнению?»</b></p> <p>a. «Clicks&amp;Mortar» (в основном женщины домохозяйки)</p> <p>b. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)</p> <p>c. «Hooked? Online&amp;Single» (подсевшие, в сети и не женатые)</p> <p>d. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)</p> <p>e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)</p> <p>f. «Hunter – Gatherers» (охотники – собиратели)</p> <p><b>2. C2B – это модель взаимодействия?</b></p> <p>a. Потребитель-потребитель</p> <p>b. Бизнес-потребитель</p>



			<p>c. Потребитель-государство</p> <p>d. Бизнес-государство</p> <p>e. Бизнес-бизнес</p> <p>f. Потребитель-бизнес</p> <p><b>3.Цифровые технологии изменяющие мир – это ...</b></p> <p>a. Робототехника</p> <p>b. Цветные принтеры</p> <p>c. 3D-печать</p> <p>d. Автоответчики</p> <p><b>4.Цифровые технологии используются:</b></p> <p>a. В областях электроники</p> <p>b. В измерительных приборах</p> <p>c. В приготовлении пищи</p> <p>d. В математических расчетах</p> <p><b>5. Цифровая трансформация – это...</b></p> <p>a. Обновление гаджетов руководства предприятия</p> <p>b. использование современных технологий для кардинального повышения производительности и ценности предприятий</p> <p>c. Развитие клиентской базы</p>
	<p>2.Предлагает варианты решения профессиональных задач в условиях неопределенности</p>	<p>Знание: особенности разработки продвижения стартапов в ИТ.</p> <p>Умение: формулировать обоснованные предложения по вопросам разработки и продвижения стартапов в ИТ и других результатов деятельности в сфере ИТ-предпринимательства.</p>	<p><b>1. Недостатки цифровых технологий:</b></p> <p>a. Хранение информации на жестких дисках</p> <p>b. Используются много энергии</p> <p>c. Возможна потеря информации</p> <p><b>2. Цифровые технологии будущего:</b></p> <p>a. Искусственный интеллект</p> <p>b. Сравнение отпечатков</p> <p>c. Технология блокчейн</p> <p>d. Виртуальная валюта</p> <p>e. Распознавание лиц</p> <p><b>3. Сдерживающим факторам развития цифровых технологий...</b></p> <p>a. Не желание руководства использовать цифровые технологии</p> <p>b. Высокая стоимость решений</p> <p>c. Нехватка квалифицированных</p>

			<p>специалистов в данной области</p> <p><b>4. Интернет вещей – это</b></p> <p>a. Покупка товаров через интернет</p> <p>b. Вид цифровых технологий</p> <p>c. Передача вещей между пользователями</p> <p><b>5. Три механизма воздействия на компании, население и правительство для развития Цифровых технологий:</b></p> <p>a. Интеграция</p> <p>b. Использование уже имеющихся программных продуктов</p> <p>c. Конкуренция</p> <p>d. Нет выхода в интернет</p> <p>e. Инновации</p>
<p>ПКП-3</p> <p>Способность готовить мотивированные обоснования принятия управленческих решений по кругу операций, выполняемых финансово-кредитными институтами, финансовыми органами, публично-правовыми образованиями</p>	<p>1. Демонстрирует способность формировать нормативно-правовую и экономически обоснованную базу (основу) принятия мотивированных управленческих решений по текущей деятельности организации</p>	<p>Знание: современные методологии и методы построения бизнес-модели организации.</p> <p>Умение: применять современные методологии построения бизнес-моделей для представления вариантов изменения деятельности компании в условиях трансформации бизнеса</p>	<p>1. Технологии цифровой трансформации бизнеса широко применяются в:</p> <p>a) разработке цифровых услуг и товаров или модернизации старых под современные технологии</p> <p>b) разработке улучшенной модели развития бизнеса, построенной на цифровизации и стремлении к модернизации</p> <p>в) оба варианта верны</p> <p>г) нет верного ответа</p> <p>2. В 2020 году работа по цифровизации государственных и муниципальных услуг должна дойти до оценки не менее ... по 5-балльной шкале уровня удовлетворенности качеством их оказания:</p> <p>a) 4</p> <p>b) 2,3</p> <p>в) 3,7</p> <p>3. Преимуществами цифровой трансформации является:</p> <p>a) возможность использовать инновационные инструменты</p> <p>b) возможность собирать, анализировать и хранить огромные объемы информации</p> <p>в) оба варианта верны</p> <p>г) нет верного ответа</p> <p>4. Технологии виртуальной реальности позволяют интегрировать информацию с объектами реального мира в форме текста, а технология дополненной реальности позволяют погрузить человека в иммерсивный виртуальный мир, так ли это:</p> <p>a) да</p> <p>b) нет</p> <p>в) отчасти</p> <p>5. Преимуществами цифровой трансформации является:</p>

			а) улучшение клиентского опыта б) гибкость различных бизнес-процессов, а также их ускорение в) оба варианта верны г) нет верного ответа
	2.Предлагает варианты эффективной организации текущей деятельности финансово-кредитных институтов, финансовых органов, публично-правовых образований на основе мотивированных управленческих, финансовых и инвестиционных решений	Знание: подходы и принципы выбора направлений изменений ИТ-ландшафта организации с учетом целей трансформации бизнеса.  Умение: разрабатывать обоснованные предложения по изменению ИТ-ландшафта компании для поддержки трансформации бизнеса	1. В Российской Федерации программными нормативными документами развития блокчейна является дорожная карта развития сквозной цифровой технологии: а) Системы прямого реестра б) Системы заимствованного реестра в) Системы распределенного реестра  2. Технологии цифровизации позволяют организовать максимально персонализированное взаимодействие, которое предпочитает большинство клиентов, так ли это: а) да б) нет в) отчасти  3. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утверждена в ... году: а) 2020 б) 2018 в) 2019  4. Цифровизация бизнеса предполагает не только установку дополнительного оборудования и обновление ПО, но и фундаментальное преобразование рабочих процессов. Верно ли данное утверждение: а) не верно б) верно в) верно лишь отчасти  5. Увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики является одной из ключевых целей национальной программы «Цифровая экономика», так ли это: а) да б) нет в) отчасти

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### а) основная литература

1. Экономика фирмы: организация послепродажного обслуживания продукции : Учебное пособие / ЭБС ZNANIUM .— ZNANIUM.COM .— Москва: Издательский Дом "ИНФРА-М", 2013 .— 108 с.
2. Предприниматель и инвестор в сети Интернет: практика взаимодействия Под ред. В.В. Коссова .— М. : Магистр, 2014 .— 95с.

3. Рынок товаров и услуг для государственных нужд (государственный товарный рынок) / ЭБС ZNANIUM .— ZNANIUM.COM .— Москва :Издательский Дом "ИНФРА-М", 2014 .— 476 с.

**б) дополнительная литература**

4. Информационные и справочные правовые системы : Учебное пособие /В.И. Подольский - ЭБС ZNANIUM .— ZNANIUM.COM .— Москва :Издательский дом "Бинфа", 2016 .— 97 с.
5. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг : Пер. с англ. / Подред.А.Г.Гришко .— 6-е изд. — М. : Вильямс, 2013 .— 743с.
6. Менеджмент процессов / Пер. с нем.; Под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В.Таратухина и др. — М. :Эксмо, 2017 .— 384с.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Информационный портал Betec.Ru.- [www.betec.ru](http://www.betec.ru)
2. FinExpert.ru – [www.fiexpert.ru](http://www.fiexpert.ru)
3. ERP-forum - <http://www.erpforum.ru/forum/home.asp>
4. Консалтинг.py - [www.consulting.ru](http://www.consulting.ru)
5. ERP.com - [www.erp.com](http://www.erp.com)
6. Корпоративный менеджмент - [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
7. Gartner - [www.gartner.com](http://www.gartner.com)
8. Корпорация «Галактика» - [www.galaktika.ru](http://www.galaktika.ru)
9. IDC - [www.idc.com](http://www.idc.com)
- 10.Открытые системы - [www.osp.ru](http://www.osp.ru)

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в

рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

### **Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психологофизиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социальноактивные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

### **Методические рекомендации по выполнению контрольной работы**

Методические рекомендации по выполнению **контрольной работы** предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению контрольной работы», разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплины

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

#### **11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

#### **11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

#### **11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет

- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

### **Образовательные технологии**

В процессе изучения дисциплины «Цифровой бизнес» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.